



TELEVISIE PRINT DIGITAAL MULTIMEDIA

Rietlandpark 333
1019 DW Amsterdam
Postbus 18179
1001 ZB Amsterdam

T +31 (0)20 80 07 000
F +31 (0)20 80 07 001
info@sbs.nl
www.sbs.nl

European Commission
Directorate-General for Competition
Consultation (Broadcasting)
State aid Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

Ons kenmerk:
<<Ons kenmerk>>

Uw kenmerk:
<<Uw kenmerk>>

Onderwerp:
Mededeling Commissie
Staatssteun Omroep

Amsterdam,
14 januari 2009

L. S. ,

SBS Broadcasting heeft kennis genomen van de 'Mededeling van de Commissie betreffende de Toepassing van de Regels inzake Staatssteun op de Publieke Omroep' van 4 november 2008 en maakt hierbij gebruik van de gelegenheid haar positie m.b.t. dit dossier schriftelijk toe te lichten.

Centraal in deze reactie staat de toetsing van nieuwe diensten door de publieke omroep. SBS Broadcasting acht deze zeer wenselijk, en zal een en ander hieronder nader toelichten en met praktijkvoorbeelden illustreren.

Achtergrond SBS Broadcasting

SBS Broadcasting B.V., kortweg SBS, is een Nederlands multimediatelevisiebedrijf en eigenaar van de televisiezenders NET 5, SBS 6 en Veronica en van de bladen Veronica Magazine en Totaal TV. SBS maakt sinds augustus 2007 deel uit van ProSiebenSat1.

In het afgelopen decennium is SBS in Nederland uitgegroeid tot de grootste Nederlandse commerciële televisie-exploitant/producent en één van de drie grote aanbieders (circa 25% kijkeraandeel) van televisie in Nederland. Het bedrijf telt rond de 600 werknemers en vormt een sterke en gezonde onderneming. SBS Broadcasting is 100% eigenaar van SBS Productions, Veronica Uitgeverij, Veronica Litho en SBS Text. De televisiezenders van SBS verzorgen dagelijks een divers programma-aanbod op het gebied van entertainment en informatie.





Visie SBS t.a.v. toetsing nieuwe diensten publieke omroep

In paragraaf 56 van de 'Mededeling van de Commissie betreffende de Toepassing van de Regels inzake Staatssteun op de Publieke Omroep' stelt de Commissie dat nieuwe diensten of aanpassingen van bestaande diensten die publieke omroepen aanbieden een significante invloed op de markt kunnen hebben en impact op particuliere initiatieven en de innovatie. SBS onderschrijft dit volledig.

In de hierop volgende paragrafen wordt de noodzaak van procedurele garanties en een zorgvuldige beoordeling van nieuwe diensten c.q. significante aanpassingen van bestaande diensten van de publieke omroepen aan de hand van een duidelijke afbakening van de omvang van de publieke dienst (paragraaf 57) en heldere criteria (paragraaf 61) uiteengezet. Ook dit onderschrijft SBS ten volle.

In de visie van SBS verdienen verschillende aspecten van het opleggen van een markttoets in deze reactie nadere uitwerking. Dit betreft achtereenvolgens de marktversturende werking van publieke omroepdiensten, de noodzaak van een duidelijke omschrijving van publieke omroeptaken en de gevolgen van het aanbieden van nieuwe diensten door de publieke omroep op het totale media-aanbod en de mate waarin commerciële omroepen een bijdrage kunnen leveren aan publieke taken. In deze reactie ligt de focus uiteraard op de Nederlandse situatie en de gevolgen van regelgeving in Nederland.

-a- De marktversturende werking van nieuwe publieke omroepdiensten

Dat de introductie van nieuwe diensten of significante aanpassing van bestaande diensten door de publieke omroep kan leiden tot marktverstoring, staat volgens SBS boven iedere twijfel.

Voor commerciële aanbieders van omroepdiensten is het betreden van nieuwe markten, doorgaans ingewikkeld en risicovol, omdat verschillende belemmeringen een gezonde business case in de weg staan. Internetdiensten, mobiele diensten en digitale omroepdiensten vormen hier goede voorbeelden van.

Een van de belemmeringen is de techniek zelf. Bij nieuwe omroepdiensten kan doorgaans niet van begin af dezelfde bedrijfszekerheid en dezelfde beeldkwaliteit worden geboden die zowel consumenten als adverteerders van de traditionele televisie en radio gewend zijn.

Een tweede belemmering betreft de distributie van nieuwe omroepdiensten. Voor de afnemer van nieuwe mediadiensten is deze vaak onoverzichtelijk en ingewikkeld georganiseerd. In Nederland vormt digitale televisie hiervan een goed voorbeeld, omdat de twee grootste aanbieders in Nederland gebruik maken van verschillende typen decoders, waarbij in het ene geval de consument de decoder huurt, terwijl in het andere de consument zelf een decoder aanschaft.

Voor mobiele diensten geldt dat lang niet alle mobiele telefoons geschikt zijn om deze diensten af te nemen.

Weer een andere belemmering vormt de mate waarin de consument ontvankelijk is voor nieuwe omroepdiensten. Deze wordt, zeker in Nederland, mede bepaald door brede tevredenheid over het bestaande omroepaanbod en terughoudendheid ten aanzien van het zich eigen maken van nieuwe technieken of distributievormen,

Deze en andere belemmeringen maken het opstellen van een zakelijk model voor nieuwe omroepdiensten voor commerciële omroepen doorgaans buitengewoon lastig. Als in een dergelijke onzekere situatie dan bovendien een aanbieder de markt betreedt die de beschikbaarheid heeft over publieke middelen en hiermee aan een deel van de in de markt levende behoefte voldoet, wordt het voor commerciële partijen nog veel lastiger, zo niet onmogelijk, tot een verantwoord zakelijk model te komen.



In Nederland vormen de recente ervaringen rond digitale themakanalen een goede illustratie van het bovenstaande. Nadat de introductie van digitale televisie de komst van dergelijke themakanalen mogelijk maakte, lanceerde de NPO (de Nederlandse publieke omroep) maar liefst 17 nieuwe themakanalen. Als gevolg hiervan bleek het voor SBS onmogelijk tot goede afspraken met distributiemaatschappijen (m.n. de kabelbedrijven) te komen over de introductie van nieuwe themakanalen. De bereidheid om te investeren in themazenders terwijl er al 17 waren, bleek te gering. Bovendien namen die 17 kanalen reeds de benodigde distributiecapaciteit in, zodat er geen ruimte meer was voor particuliere initiatieven.

Of de beslissing om met 17 kanalen te starten is genomen op puur programma-inhoudelijke gronden of dat ook crowding-out van particuliere initiatieven (van met name de commerciële omroepen) heeft meegespeeld, is voor SBS niet duidelijk. Feit is wel dat de lancering van 17 kanalen door de publieke omroepen het de commerciële omroepen in Nederland onmogelijk maakte eigen kanalen te lanceren. SBS is ervan overtuigd dat een zorgvuldige markttoets tot een evenwichtiger situatie had kunnen leiden, waarbij een deel van de 17 publieke themakanalen er wellicht toch was gekomen, maar er ook ruimte was overgebleven voor commerciële initiatieven. SBS acht de kans groot dat een dergelijk scenario zich in de toekomst vaker kan voltrekken, bijvoorbeeld bij de introductie van mobiele diensten.

Voor significante aanpassingen van bestaande diensten geldt hetzelfde. Een goed voorbeeld hiervan vormt de gang van zaken rond HDTV in Nederland. Het besluit van de NPO op korte termijn de publieke zenders in HD-kwaliteit aan te bieden, leidt tot grote druk van zowel kijkers als adverteerders op commerciële zenders deze stap te volgen. Een commercieel verantwoord model hiervoor ontbreekt echter volledig, omdat het uitzenden in HDTV tot hogere kosten leidt zonder dat hier extra inkomsten tegenover staan. Anders dan de NPO hebben de commerciële zenders geen publieke gelden ter beschikking om de kosten te dekken.

-b- De afbakening van het dienstenaanbod door publieke omroepen

SBS erkent de wenselijkheid van het bestaan van publieke omroepen, maar wijst er daarbij wel op dat het inherent is aan het bestaan van publieke diensten dat deze commerciële initiatieven bemoeilijken. Daarom acht SBS het van essentieel belang dat de publieke taak zo nauwkeurig mogelijk wordt omschreven.

SBS Broadcasting deelt op dit punt de visie van de Europese Commissie, zoals neergelegd in paragraaf 48 van de 'Mededeling van de Commissie betreffende de Toepassing van de Regels inzake Staatssteun op de Publieke Omroep'.

SBS Broadcasting is van mening dat de huidige situatie in Nederland alle aanleiding geeft in de nieuwe Mededeling de lidstaten te verplichten tot een dergelijke duidelijke omschrijving. SBS wijst hierbij op de kritiek van de Raad van State op de nieuwe inmiddels van kracht geworden Nederlandse mediawet. De Raad stelt: de formulering van de publieke mediaopdracht biedt door zijn ontoereikende onderscheidende vermogen naar het oordeel van de Raad dan ook onvoldoende waarborgen tegen concurrentievervalsing tussen de publieke en commerciële omroep en tegen overtreding van de Europese staatssteunregels.

In de specifieke Nederlandse situatie geldt bovendien dat de publieke omroeptaken worden vervuld door verschillende omroeporganisatie die als vereniging onderling concurreren bij het werven en binden van leden en in die strijd activiteiten ontplooiën die aan het commerciële domein raken.

Omroepverenigingen in Nederland exploiteren programmabladen en andere tijdschriften en bieden een breed assortiment van producten aan, variërend van boeken, cd's en dvd's tot reizen, boottochten en hotelarrangementen of complete internetabbonnementen.

Het lijkt geen twijfel dat de NPO en de diverse omroeporganisaties zich in de toekomst ook op alle beschikbare nieuwe mediaplatforms zullen manifesteren. Het ontbreken van een duidelijke afbakening van de publieke taak zal dan onontkoombaar leiden tot concurrentievervalsing.

De huidige definitie van de publieke mediaopdracht in Nederland bevat onvoldoende aanknopingspunten aan de hand waarvan kan worden vastgesteld dat bepaalde activiteiten niet tot het domein van de publieke omroep, maar tot dat van de commerciële omroep behoren.

-c- De impact van diensten van de publieke omroepen op het totale media-aanbod

In het Rapport Focus op Functies (december 2004) stelt de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid dat de borging van publieke belangen niet per definitie vraagt om het opzetten en in stand houden van publieke voorzieningen, maar dat dit ook kan plaatsvinden met gebruikmaking van het marktmechanisme. (6.2.3., blz. 150 en 151) Daarbij wijst de WRR expliciet op het gevaar dat publiek gefinancierde voorzieningen ertoe kunnen leiden dat dynamiek en vernieuwing in de markt wordt afgeremd, hetgeen volgens de WRR niet alleen in economische maar ook in mediapolitieke zin overheidsfalen impliceert.

SBS acht een zorgvuldige markttoets van nieuwe diensten ook om deze reden noodzakelijk. Daarbij wijst SBS op de recente discussie in Nederland over de toekomst van de dagbladen en opinietijdschriften. Zowel uitgevers als hoofdredacties hebben de afgelopen maanden beargumenteerd naar voren gebracht dat de internetactiviteiten van de NPO in Nederland de nieuwsvoorziening door de bladen in gevaar brengt.

SBS onderschrijft de argumentatie van de bladen en wijst erop dat deze zich ook uitstrekt tot de commerciële televisiezenders. Dit kan worden geïllustreerd door de positie van het nieuwsprogramma Hart van Nederland, een belangrijke pijler van de programmering van de zender SBS 6. Hart van Nederland wordt dagelijks in twee edities uitgezonden die gezamenlijk tussen anderhalf en twee miljoen kijkers bereiken. Voor een grote groep kijkers vormt Hart van Nederland, dankzij een onderscheidende aanpak en eigen journalistieke keuzes, de enige nieuwsvoorziening op televisie.

Hart van Nederland levert hiermee, net zoals de dagbladen, een belangrijke bijdrage aan een pluriforme nieuwsvoorziening in Nederland. SBS hecht er evenals de dagbladen groot belang aan de nieuwsvoorziening van Hart van Nederland uit te breiden naar andere platforms, zoals internet en mobiel. Het medium internet biedt de mogelijkheid onderwerpen die op televisie kort worden behandeld, van diepgang en achtergrondinformatie te voorzien. Bovendien kunnen internetgebruikers op maat en interactief bediend worden. Het medium internet kan hierbij ook dienen als platform voor debat tussen makers en kijkers of tussen kijkers onderling en aldus een belangrijke bijdrage leveren aan de opinievorming in Nederland.

Het spreekt vanzelf dat voor de ontwikkeling van deze nieuwe platforms een zakelijk verantwoord model een vereiste is. Het ontwikkelen daarvan blijkt echter in de praktijk niet of nauwelijks realiseerbaar doordat de NPO dankzij een grote bewegingsvrijheid en omvangrijke financiële steun van de overheid de nieuwsvoorziening op nieuwe platforms zo goed als monopoliseert.

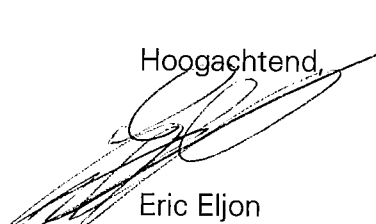
De activiteiten van de NPO gaan aldus ten koste van een pluriforme nieuwsvoorziening. Terwijl juist op nieuwe platforms een veelkleurig nieuwsaanbod voor alle doelgroepen van groot maatschappelijk belang is, dreigt een verschraling aan nieuwsvoorziening, omdat de maatschappelijke rol die commerciële nieuwsaanbieders kunnen en willen spelen, als gevolg van het ontbreken van een afbakening van de publieke omroepdiensten, niet of nauwelijks van de grond komt.

SBS wijst in dit verband op een recent rapport van het Commissariaat voor de Media (de Mediamonitor), dat uitwijst dat nieuwsconsumenten, in het bijzonder jongeren, een steeds grotere voorkeur hebben voor snel en kort nieuws. Hart van Nederland kent een programmatische formule die naadloos op deze ontwikkeling aansluit. Juist daarom is het ook van maatschappelijk belang dat de nieuwsvoorziening van Hart van Nederland wordt uitgebreid naar andere platforms. Voor de grote groep vaste kijkers van Hart van Nederland kan dat immers de belangrijkste toegang betekenen tot achtergrondinformatie en opinievorming.

De conclusie luidt dat een zorgvuldige toetsing van nieuwe diensten of significante aanpassing van bestaande diensten van de publieke omroepen noodzakelijk is om marktverstoring te vermijden en te garanderen dat ook marktpartijen een bijdrage kunnen leveren aan het vervullen van publieke taken.

SBS vertrouwt erop haar visie op de 'Mededeling van de Commissie betreffende de Toepassing van de Regels inzake Staatssteun op de Publieke Omroep' afdoende uiteengezet te hebben en is uiteraard gaarne bereid een en ander in gesprek nader toe te lichten en te onderbouwen.

Hoogachtend,



Eric Eljon
SBS Broadcasting